

TACONES EMPOWER FEET

ADRIANA GERALDINE PÉREZ MORENO

ANGIE JULIETH VIVAS ORTIZ

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

CUN

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

OPCIÓN DE GRADO I

GRUPO 10112

BOGOTÁ

2018



TACONES EMPOWER FEET

ADRIANA GERALDINE PÉREZ MORENO

ANGIE JULIETH VIVAS ORTIZ

TRABAJO FINAL OPCIÓN DE GRADO I – CUSTOMER DEVELOPMENT

DOCENTE: CHRISTIAN CAMILO CHAVES MONTES

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR

CUN

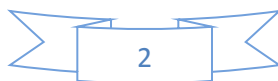
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

OPCIÓN DE GRADO I

GRUPO 10112

BOGOTÁ

2018



## CONTENIDO

CUSTOMER DEVELOPMENT .....	4
STAKE HOLDERS.....	5
NECESIDADES.....	6
BENEFICIOS.....	7
SOLUCIONES ACTUALES.....	8
LIMITACIONES, INCONFORMIDADES Y FRUSTACIONES.....	9
MERCADO .....	10
ENCUESTA DE TACONES .....	11
ANÁLISIS.....	15
PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	16
OBJETIVOS.....	17
ANÁLISIS DE MACROENTORNO.....	18
5 FUERZAS DE PORTER .....	19
CONCLUSIONES.....	20
BIBLIOGRAFIA.....	21

# 1. CUSTOMER DEVELOPMENT

Basadas en las malas experiencias que tenemos las mujeres día a día al usar tacones ya sea porque nos cansan, tallan, no tenemos dominio de ellos, se parte el tacón e infinidad de problemáticas con las que tenemos que batallar para estar bien vestidas para una ocasión especial, para lucir elegantes o bien sea porque nos gusta cómo nos estilizan los tacones. Hemos decido crear un estilo de zapato el cual pueda cubrir todas estas inconformidades, basándonos en el estilo de tacón normal, pero adaptándole un mecanismo que nos permita hacer cambio fácil y rápido de tacón (grueso, puntilla o corrido) de acuerdo a como lo decidamos o al nivel de cansancio que se tenga, manteniendo siempre la misma altura de este, adicional ofreceremos variedad en estilos de tacones para que la mujer tenga la oportunidad de variar, escoger y combinar con sus zapatos.



## 2. STAKE HOLDERS

Nuestro producto va dirigido a mujeres a partir de los 15 a los 60 años y comunidad LGTB de los estratos 1, 2 y 3 que les gusten los tacones y que quieran tener un estilo propio, sofisticado y diferente.



### 3. NECESIDADES



Las necesidades que nosotras detectamos fueron:

- Falta de uso continuo con los tacones (cansancio)
- Falta de costumbre
- Falta de variedad en estilos de tacones
- Falta de dominio con los tacones

#### 4. BENEFICIOS



- Mejorar la comodidad del uso de los tacones en la mujer en su día a día
- Variedad de estilos de tacones
- Que la mujer al usar nuestro producto, sienta completa seguridad con los tacones.
- Más elegancia y glamour.
- 100% calidad
- Aumenta la estatura y estiliza el cuerpo

## 5. SOLUCIONES ACTUALES

Existen muchas marcas de zapatos que comercializan con tacones de diferentes estilos, colores, formas. Pero la solución que nos están brindando en el momento es del Tacón corrido o con plataforma, pues estos no cansan tanto como un tacón puntilla o un tacón normal, ya que permite al pie estar más cómodo, pero no se ve tan elegante.

Encontramos que las mujeres en su mayoría no tienen alguna marca como favorita a la hora de comprar zapatos lo que nos resulta positivo para nosotras porque sería más fácil fidelizarlas con nuestro producto, sin embargo muy pocas de ellas usan siempre tacones marca Fiorenzi, además prefieren ir hasta alguna tienda a comprarlos que hacerlo por internet o catálogos.



**fiorenzi**



## 6. LIMITACIONES, INCONFORMIDADES Y FRUSTRACIONES

- **ECONOMÍA:** Que el precio de los tacones que deseamos en el momento se salga de nuestro presupuesto
- **COMODIDAD:** Si no estamos acostumbradas a usar tacones pues sencillamente no vamos a comprarlos.
- **TALLA:** Muchas veces nos gustan los tacones pero no hay nuestra talla y por tal motivo decidimos cambiar de estilo.
- **UBICACIÓN:** Por desplazamiento no accedemos fácilmente a los tacones que queremos comprar.



## 7. MERCADO

### TAM:

- Todas las mujeres

### SAM:

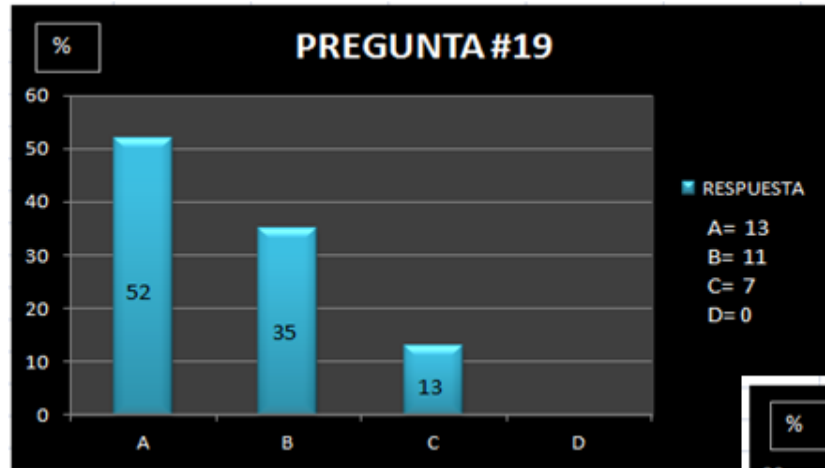
- Mujeres de los 15 a los 60 años.

### TM:

- Mujeres y comunidad LGTB de los 15 a los 60 años que usen tacones.



## ✓ ENCUESTA DE TACONES



1. ¿Le gustan los tacones?
  - a. Si
  - b. No
  - c.
2. ¿Con qué frecuencia los usa?
  - a. Diario
  - b. 1 vez por semana
  - c. 3 vez a la semana
  - d. Nunca
3. ¿Qué le incomoda de los tacones?

---

4. ¿Tiene algún impedimento que le permita usar tacones?
  - a. Si                      ¿Cuál? \_\_\_\_\_
  - b. No
5. ¿Si se le da solución a ese problema, usaría tacones?
  - a. Si

- b. No**
- 6.** Al momento de comprar tacones, ¿Por qué los elige?
- a.** Calidad
  - b.** Moda
  - c.** Precio
  - d.** La atención que le brindan
- 7.** ¿Le gustaría crear los propios diseños de tacón para usted?
- a.** Si
  - b.** No
- 8.** Cuando usa tacones, guarda zapatos de cambio para cuando se canse?
- a.** Si
  - b.** No
- 9.** ¿Cuántas veces al día hace este cambio?
- a.** 1
  - b.** 2
  - c.** 3
- 10.** ¿Cuánto invierte en tacones?
- a.** \$ 50.000 a \$ 100.000
  - b.** \$ 110.000 a \$ 150.000
  - c.** \$150.000 en adelante
- 11.** ¿Cuál es su marca de tacones favorita?
- 
- 12.** ¿Cada cuánto tiempo compra usted tacones?
- a.** 1 mes
  - b.** meses
  - c.** 6 meses
- 13.** ¿Le es difícil encontrar su talla al momento de comprar tacones?

- a. Si
- b. No

14.¿En qué ocasiones usa tacones?

- a. Trabajo
- b. Fiestas
- c. Diario Vivir

15.¿Por qué medios suele comprar sus tacones?

- a. Tiendas
- b. Online
- c. Catálogo

16.¿Cuánto tiempo gasta para elegir unos tacones?

- a. 1 hora
- b. 2 a 3
- c. 4 horas y más

17.¿Qué color de tacones usa normalmente?

- a. Negro
- b. Café
- c. Gris
- d. Azul

18.¿Qué tipo de material prefiere para sus tacones?

- a. Gamuza
- b. Cuero
- c. Tela
- d. Cuerina

19.¿Qué medida de tacón prefiere para sus tacones?

- a. 2 y medio
- b. 5 y medio

**c. 7**

**d. Otra medida**

**20.¿Qué diseño de tacón prefiere?**

**a. Botín**

**b. Bota**

**c. Zapato abierto**

**d. Con Hebilla**

**21.¿Con qué clase de tacón se siente más cómoda?**

**a. Puntilla**

**b. Grueso**

**c. Corrido**

**22.¿A la hora de limpiar sus tacones, que método y producto usa?**

---

## ✓ ANÁLISIS

Concluimos y deducimos que el 90% de las mujeres encuestadas les gusta los tacones y que los usan entre 1 a 3 veces por semana ya sea por motivo de trabajo o gusto. Por lo general lo que más les incomoda de estos es que las cansa bastante y les puede generar molestias en sus rodillas y pies, pero tampoco tienen impedimento para usarlos. A parte, observamos que a la hora de comprar se fijan más en cuanto al tema de la moda y no de precio o calidad, están invirtiendo entre \$50.000 y \$150.000 pesos. Cuando usan tacones guardan en su bolso unos zapatos de cambio para así quitárselos y descansar sus pies, el cambio lo hacen de 1 a 2 veces al día. No tienen en especial tipo de marca para cuando los compran y es por esto que les agradaría la idea de poder crear su propio estilo de tacón. No es frecuente que estén comprando este tipo de calzado, aunque existe un rango entre 3 a 6 meses; a la hora de medírseles a algunas se les complica pues las que tienen el pie más ancho muchas veces no les queda o dicen que por su estatura se incomodan, ya que el par de tacones que les gustaron son demasiado altos y no encuentran el mismo estilo en otro tacón más bajo; pues la medida de tacón que prefieren en ellos es de 2 y medio a 5 y medio, notando que su material favorito es el de gamuza y cuero. El medio al que se dirigen para acceder a este calzado es en los almacenes de cadena o por medio de catálogos, las ocasiones más vistas por las cuales utilizan los tacones es por su trabajo que es a diario, o cuando se presentan eventos importantes como fiestas, reuniones y demás.

El color que más compran es el negro y café pues estos son neutrales y salen con cualquier tipo de color de prenda de vestir. El diseño que prefieren es el de botín o bota y con tacón grueso pues es con el que más cómodas se sienten al caminar. A la hora de limpiarlos usan productos especiales o simplemente agua, jabón y betún.

## 8. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

### ✓ MISIÓN

Somos una empresa dedicada a la producción de calzado para dama, con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes ofreciéndole a éstos encontrar: comodidad, elegancia, estilos personalizados, variedad, mejores materiales y un excelente servicio.

### ✓ VISIÓN

En el 2030 seremos una empresa líder en el país en la fabricación de tacones, siendo la primera opción para las empresas de calzado y para los clientes a la hora de elegir tacones, brindando una completa solución a las mujeres.

### ✓ VALORES CORPORATIVOS

- **CONFIABILIDAD:** Se debe trabajar con la certeza de que nuestro producto es completo y es la mejor solución para nuestros clientes.
- **INTEGRIDAD:** Ser coherentes con lo que se le ofrece al cliente y con lo que el producto pueda cumplir.
- **HONESTIDAD:** Ser claro tanto en los procesos internos como con lo que se dice del producto.
- **PASIÓN:** Amor por cada función que desempeñe cada trabajador, para así transmitirle al cliente confiabilidad hacia el producto.
- **CALIDAD:** Procesos 100% seguros, excelentes materiales para fidelizar a los trabajadores y a los clientes.
- **RESPETO:** Que los cargos no generen rivalidad ni mucho menos desigualdad, todos trabajos con el mismo fin, por eso todos debemos ser tratados de la misma manera.



## ✓ OBJETIVOS



- Atender y cubrir las necesidades de los clientes, dándole el mejor de los productos.
- Motivar al uso continuo de los tacones, con una solución diferente en el mercado
- Ofrecer variedad de estilos en un mismo par de zapatos
- Diseñar calzado en materiales de excelente calidad

## 9. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

### ANÁLISIS PESTEL

#### Factores políticos

- Ley anti contrabando, busca imponer aranceles mixtos a la importación de confecciones y calzado que llegan al país con precios inferiores a los costos reales de producción, poniendo en desventaja a los productores nacionales.
- La fabricación de calzado deba hacerse bajo parámetros de producción limpia cumpliendo la ley 9 de 1979.
- \*Las empresas deben cumplir la legislación laboral, respetando los derechos a los trabajadores y las directrices de la organización internacional del trabajo.

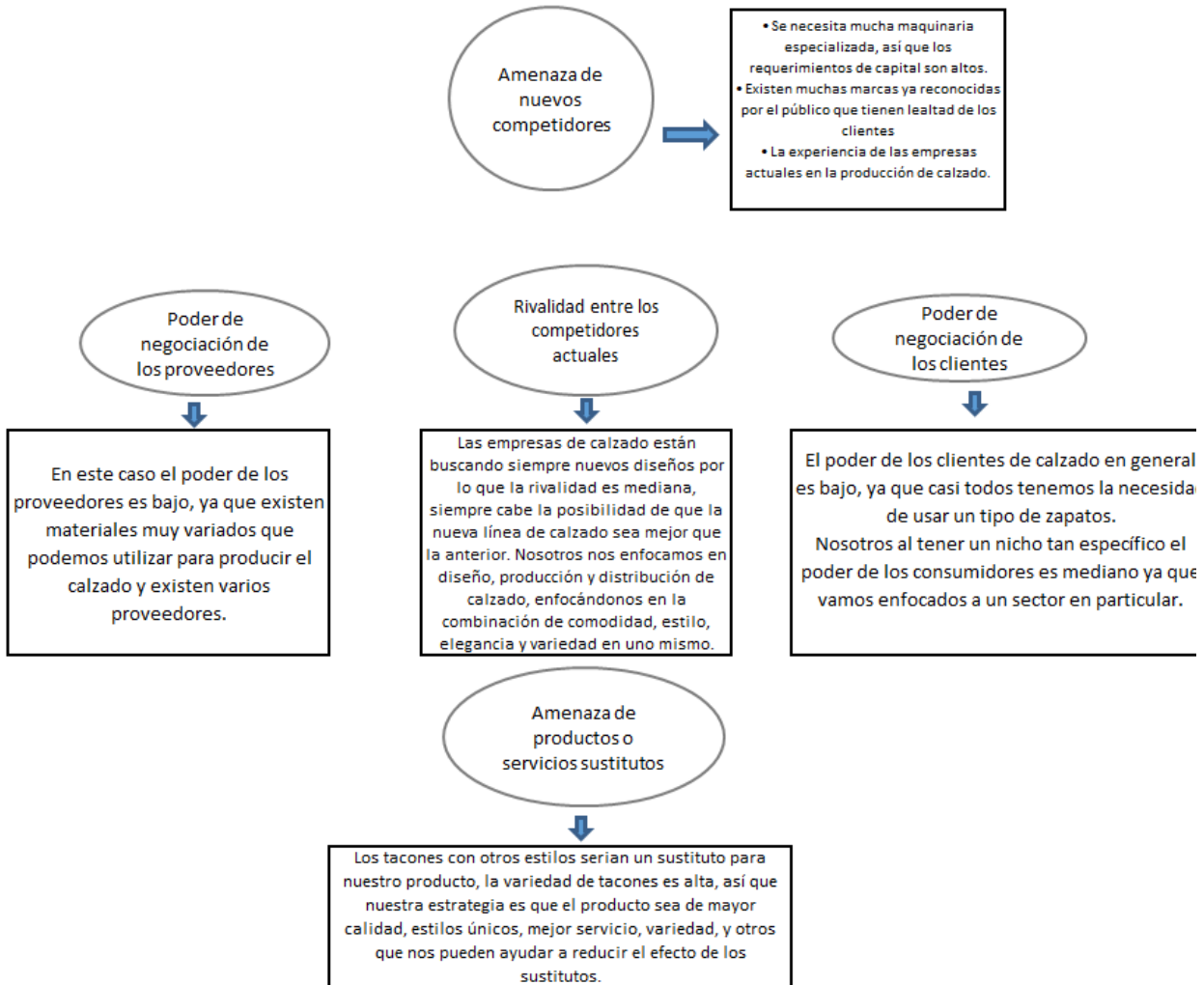
#### Factores económicos

- Para recuperar el mercado nacional e incentivar la compra de productos colombianos, el MinCIT realiza en distintas regiones del país ruedas de negocios, denominadas “Compre Colombiano”, en donde ha participado la industria del calzado y la marroquinería

#### Factores tecnológicos

- En los últimos años ha sido de 1,6 máquinas por empresa, debido a los altos costos, acceso limitado a financiación, ausencia de proveedores nacionales de maquinaria especializada.

# 5 FUERZAS DE PORTER



## 10.CONCLUSIONES

- Es amplio el mercado al cual podemos llegar con nuestro producto.
- Tenemos que ofrecer excelentes resultados y buena calidad para así generar confiabilidad de los clientes.
- La competencia siempre irá incrementando, ya que siempre existirán nuevas empresas innovando la industria del calzado.
- Observamos que el tamaño de los tacones de una mujer ejerce un efecto poderoso, tanto en ellas como en los hombres ya que se ven más atractivas y sensuales; sencillamente, hacen que la mujer se vea más hermosa.



## BIBLIOGRAFÍA

- <http://www.portafolio.co/economia/el-sector-textil-y-el-de-calzado-comienzan-su-recuperacion-513069>
- <http://www.elcolombiano.com/negocios/crecimiento-economico-de-colombia-muestra-leve-mejoria-LK7158278>
- <http://www.elfinanciero.com.mx/after-office/estudio-revela-el-poder-de-los-tacones>